

Pengaruh Promosi Koin *Social Media Marketing* Instagram

@linewebtoon.id terhadap Minat Beli

HASNA NADHIFA RIANTRI

ABSTRAK

LINE Webtoon Indonesia adalah salah satu penyedia komik digital secara gratis dan berbayar yang dibeli oleh Koin. Ada minat untuk membeli Koin yang cukup tinggi tetapi belum diketahui secara pasti faktor yang mendorong minat beli tersebut. Instagram @linewebtoon.id melakukan rangkaian *Social Media Marketing* berupa konten promosi penjualan Koin untuk meningkatkan pembelian Koin. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten promosi Koin *social media marketing* Instagram @linewebtoon.id terhadap minat beli menggunakan Teori 5A (*aware, appeal, ask, act, dan advocate*) oleh Kotler. Metode penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form untuk mengambil data sebanyak 135 responden. Data kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh *Social Media Marketing* terhadap minat beli sebesar 64%. *Content creation* menjadi dimensi pada variabel *Social Media Marketing* dengan rata-rata tertinggi. Kemudian merujuk teori 5A, tahap *aware* berperan penting untuk menanamkan kesadaran konsumen LINE Webtoon Indonesia sehingga terjadi minat beli Koin.

Kata kunci: *Social Media Marketing* Instagram, Minat Beli, LINE Webtoon Indonesia, Teori 5A Kotler

***The Effect of Instagram Social Media Marketing Koin Promotions
by @linewebtoon.id on Purchase Intention***

HASNA NADHIFA RIANTRI

ABSTRACT

LINE Webtoon Indonesia is a provider of both free and paid digital comics that can be purchased with Coins. There is significant interest in purchasing Coins, but the factors driving this interest are not yet fully understood. The Instagram account @linewebtoon.id has implemented a series of social media marketing campaigns featuring promotional content for Koin sales to boost Koin purchases. The purpose of this study is to determine the extent of the influence of the Koin promotional content in the social media marketing (X) on Instagram @linewebtoon.id on purchase intent (Y) using Kotler's 5A Theory (aware, appeal, ask, act, and advocate). The research method used was an associative quantitative approach, involving the distribution of a questionnaire via Google Forms to collect data from 135 respondents. The data was then analyzed using SPSS version 25. The results showed that SMM had a 64% influence on purchase intent. Content creation was the dimension with the highest average score, and the "aware" stage in the 5A model was vital for instilling awareness, which in turn led to purchase intent.

Keywords: Social Media Marketing Instagram, Purchase Intention, LINE Webtoon Indonesia, Kotler's 5A Theory